

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PEDAGANG KAKI LIMA DI PASAR
GELUGUR RANTAUPRAPAT**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



OLEH :

**RANI RAHMAWATI
1901100047**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : RANI RAHMAWATI
NPM : 1901100047
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEDAGANG KAKI LIMA DI PASAR GELUGUR RANTAUPRAPAT

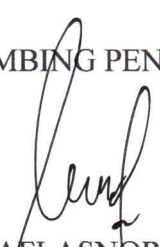
RANTAUPRAPAT, JULI 2023

DISETUJUI :

PEMBIMBING UTAMA

PEMBIMBING PENDAMPING


Dr. HAYANUDDIN SAFRI, SE., M.Si
NIDN : 0108066503


FADZIL HANAFI ASNORA, S.I.Kom., M.M
NIDN : 0120099103


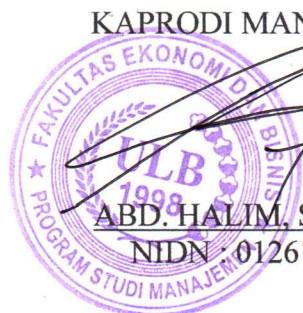
MENYETUJUI :

DEKAN

KAPRODI MANAJEMEN



PRISTIYONO, SE., M.Si
NIDN : 0116118301



ABD. HALIM, SE., M.Si
NIDN : 0126128901

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : RANI RAHMAWATI
NPM : 1901100047
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEDAGANG KAKI LIMA DI PASAR GELUGUR RANTAUPRAPAT

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya saya sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, Juli 2023

Penulis



RANI RAHMAWATI

NPM : 1901100047

ABSTRAK

Rani Rahmawati, NPM : 1901100047, Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pedagang Kaki Lima di Pasar Gelugur, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu, 2022. Skripsi.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada pedagang kaki lima di pasar Gelugur Rantauprapat, baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini dilakukan di pasar Gelugur Rantauprapat pada bulan Februari 2023. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi program SPSS 25.0 *For Windows* dengan hasil uji instrumen berupa uji Validitas, uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Determinan R². Populasi penelitian ini adalah pelanggan di pasar Gelugur Rantauprapat. Berdasarkan populasi tersebut maka penulis mengambil sampel sebanyak 30 orang. Hasil penelitian disimpulkan kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan koefisien regresi $1,323 < t \text{ tabel } 2,051$ dan nilai signifikan sebesar $0,197 > 0,005$. Promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi $1,121 < t \text{ tabel } 2,051$ dan nilai signifikan sebesar $0,273 > 0,005$. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi $14,638 > t \text{ tabel } 2,051$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,005$. Sementara itu kualitas produk, promosi dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien determinasi $(151,75) > F_{\text{tabel}} (3,350)$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Hasil analisis Adjusted (R²) sebesar 0,940 atau 94,0% sedangkan sisanya 6,0% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Promosi, Harga, dan Loyalitas Pelanggan.*

ABSTRACT

Rani Rahmawati, NPM : 1901100047, The Influence of Product Quality, Promotion, and Price on Customer Loyalty at Street Vendors at Gelugur Market, Faculty of Economics and Business, Labuhanbatu University, 2022. Thesis.

The aim of this study was to determine the effect of product quality, promotion and price on customer loyalty among street vendors in the Gelugur Rantauprapat market, either partially or simultaneously. This research was conducted at the Gelugur Rantauprapat market in February 2023. This research was a quantitative research using data analysis techniques which were carried out using the SPSS 25.0 For Windows application with the results of instrument tests in the form of a Validity test, Reliability test, Classical Assumptions Test, Regression Test Multiple Linear, t Test, F Test, and R² Determinants. The population of this research is the customers in the Gelugur Rantauprapat market. Based on this population, the authors took a sample of 30 people. The results of the study concluded that product quality had no positive and significant effect on customer loyalty, with a regression coefficient of 1.323 < t table 2.051 and a significant value of 0.197 > 0.005. Promotion has no positive and significant effect on customer loyalty with a regression coefficient of 1.121 < t table 2.051 and a significant value of 0.273 > 0.005. Price has a positive and significant effect on customer loyalty with a regression coefficient of 14.638 > t table 2.051 and a significant value of 0.000 < 0.005. Meanwhile product quality, promotion and price simultaneously influence customer loyalty with a coefficient of determination (151.75) > Ftable (3.350) and a significant value of 0.000 < 0.005. Adjusted analysis results (R²) amounted to 0.940 or 94.0% while the remaining 6.0% was influenced or explained by other variables not discussed in this study.

Keywords: *Product Quality, Promotion, Price, and Customer Loyalty.*



KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu, penulis mengucapkan Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji serta Syukur Kehadirat Allah SWT. yang selalu memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Dan Sholawat beserta salam teruntuk Baginda Nabi Muhammad SAW. yang telah membawa manusia dari alam kebodohan kepada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu, penulis selalu mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari segenap pembaca. Akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna terutama bagi pihak-pihak yang tertarik untuk mengkaji dan mengembangkannya.

Atas bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak termasuk kepada kedua Orang tua, Ayahanda Dedi Sutomo dan Ibunda Legiem tercinta dan segenap keluarga yang selalu memberikan semangat dan motivasi sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini, penulis juga menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Ade Parlaungan Nasution, SE., M.Si., Ph.D selaku Rektor Universitas Labuhanbatu.
2. Bapak Pristiyono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Abd. Halim, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu.
4. Bapak Dr. Hayanuddin Safri, SE., M.Si selaku Dosen Utama.
5. Bapak Fadzil Hanafi Asnora, S.I.Kom., M.M selaku Dosen Pendamping.
6. Kepada teman-teman saya, khususnya kepada Nikita Ariyensi, Musdalifah, Rina Suriani, Wardani Febriani Rambe, Enjelina Sihite,

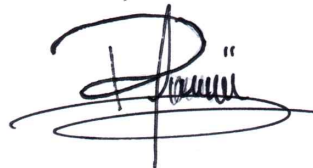
Larassati, Zubaidah Putri Siregar, Fatia Tri Cantika, Ayu Mayang Sari, Nurmayanti Septiarani, dan Lily paradina Nainggolan.

7. Kepada Ahmad Hidayat, yang telah membantu dalam pengerjaan Skripsi.
8. Dan kepada teman-teman seperjuangan Ekonomi Manajemen dan Bisnis.

Akhir kata, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya kepada Bapak/Ibu Dosen dan semua rekan atas segala kekhilafan dan kesalahan yang telah diperbuat selama ini, dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca dan bagi pihak yang memerlukannya.

Rantauprapat, Juli 2023

Penulis,



RANI RAHMAWATI
NPM : 1901100047

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah dan Perumusan Masalah.....	5
1. Batasan Masalah.....	5
2. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Penelitian Terdahulu.....	8
B. Uraian Teori.....	10
1. Teori Tentang Kualitas Produk.....	10
a. Pengertian Kualitas Produk.....	10
b. Klasifikasi Produk.....	12
c. Indikator Kualitas Produk.....	15
2. Teori Tentang Promosi.....	15
a. Pengertian Promosi.....	15
b. Tujuan Promosi.....	16
c. Indikator Promosi.....	16
3. Teori Tentang Harga.....	17
a. Pengertian Harga.....	17
b. Metode Penetapan Harga.....	18
c. Indikator Harga.....	20
4. Teori Tentang Loyalitas Pelanggan.....	21
a. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	21
b. Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	22
c. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	23
5. Teori Tentang Pedagang Kali Lima.....	24
a. Pengertian Pedagang Kali Lima.....	24
b. Karakteristik Pedagang Kaki Lima.....	26
C. Kerangka Konseptual.....	27
D. Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31

1. Lokasi Penelitian.....	31
2. Waktu Penelitian.....	31
B. Populasi dan Sampel.....	32
1. Populasi.....	32
2. Sampel.....	32
C. Definisi Operasional Variabel.....	33
D. Jenis Data dan Sumber Data.....	35
1. Data Primer.....	35
2. Data Sekunder.....	35
E. Teknik pengumpulan Data.....	35
F. Kode Identifikasi Variabel.....	37
G. Uji Intrumen Penelitian.....	37
1. Uji Validitas.....	41
2. Uji Reliabilitas.....	41
H. Metode Analisis Data.....	43
1. Uji Asumsi Klasik.....	43
a. Uji Normalitas.....	43
b. Uji Multikolinieritas.....	44
c. Uji Heteroskedastisitas.....	44
2. Uji Regresi Linier Berganda.....	45
3. Uji Hipotesis.....	46
a. Uji t.....	46
b. Uji F.....	47
c. Uji koefisien determinasi (R^2).....	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	49
4.1.1 Gambaran Perusahaan.....	49
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	49
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	50
4.1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	51
4.1.1.4 Job Deskripsi.....	52
4.1.2 Hasil Deskriptif.....	62
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pedagog.....	63
4.1.3 Hasil Deskriptif Variabel Penelitian.....	64
4.1.3.1 Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	64
4.1.3.2 Deskriptif Variabel Promosi.....	66
4.1.3.3 Deskriptif Variabel Harga.....	68
4.1.3.4 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	68
4.1.4 Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik.....	72
4.1.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	72

4.1.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	74
4.1.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	75
4.1.5 Hasil Analisis Regresi.....	76
4.1.5.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
4.1.5.2 Hasil Uji t.....	78
4.1.5.3 Hasil Uji F.....	80
4.1.5.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	81
4.2 Pembahasan.....	82

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA..... 88

LAMPIRAN KUESIONER

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1	Jadwal Kegiatan Penelitian..... 31
3.2	Definisi Operasional Variabel..... 33
3.3	Skala Pengukuran Likert..... 36
3.4	Variabel Kualitas Produk..... 39
3.5	Variabel Promosi..... 40
3.6	Variabel Harga..... 40
3.7	Variabel Loyalitas Pelanggan..... 41
3.8	Uji Reliabilitas..... 42
4.1	Responden Berdasarkan Usia..... 62
4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 62
4.3	Responden Berdasarkan Jabatan Pekerjaan..... 63
4.4	Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> 73
4.5	Uji Multikolinieritas..... 74
4.6	Uji Analisis Regresi Linear Berganda..... 77
4.7	Uji t..... 79
4.8	Uji F..... 80
4.9	Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... 81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual.....	27
4.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	51
4.2 Uji Normalitas.....	73
4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Dokumentasi.....	A1
2. Kuesioner.....	J1
3. Hasil Kuesioner.....	F1
4. Tabel r.....	G1
5. Tabel t.....	H1
6. Tabel F.....	I1
7. Data SPSS.....	M1